

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Menurut Kurniawan (Kurniawan, 2014), desain penelitian adalah pedoman kerja penelitian untuk berjalan secara efektif dan efisien, desain penelitian dibuat sesuai dengan pola yang ditarik atau ditulis pada rumusan masalah dan hipotesis yang akan diuji.

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan suatu penelitian secara sistematis yang dilihat dari beberapa bagian, fenomena serta hubungannya melalui penggunaan model matematika, teori/konsep dan hipotesis yang memiliki hubungan dengan penelitian tersebut (Supriyadi et al., 2017).

#### **3.3. Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Kateman tepatnya di sungai guntung, Kabupaten Indragiri hilir, Riau 29255.

##### **3.3.2. Periode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret - Mei 2022.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai keputusan pembelian sunlight di kecamatan kateman.

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan data yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini berjumlah 388 responden.

#### **3.4.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Hal tersebut dikarenakan, dalam penarikan sampel, jumlah yang diperoleh harus *representative* sehingga hasil dari penelitian ini dapat digeneralisasikan dan proses perhitungan tidak memerlukan tabel jumlah sampel (hanya membutuhkan rumus sederhana).

### Rumus 3. 1. Slovin

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir.

$$\begin{aligned} n &= \frac{338}{1 + 338 (0,05)^2} \\ &= \frac{338}{1 + 0.845} \\ &= \frac{338}{1,845} \\ &= 183 \end{aligned}$$

Setelah dihitung menggunakan rumus slovin jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 183 sampel responden.

#### 3.4.3. Teknik Sampling

Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *random sampling* yang dilakukan dengan mengambil sampel penelitian secara acak yang diperoleh dari data konsumen yang datang dan membeli sabun cuci piring di Kecamatan Kateman, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau (Sugioyono, 2018). Tujuan dari teknik *sampling* adalah untuk mempermudah proses penelitian. Kemudahan tersebut dilihat dari segi waktu dan biaya yang akan dikeluarkan.

### **3.5.Sumber Data**

Jenis dan sumber data dari penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli. Data ini berbeda dengan data sekunder, dimana data primer bukan dalam bentuk file melainkan diperoleh melalui narasumber yang dijadikan objek penelitian (Narimawati, 2008). Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil kuesioner yang disebar. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden disajikan dengan serangkaian pertanyaan atau penjelasan tertulis untuk dijawab. Kuesioner yang disebarluaskan berisikan beberapa pertanyaan yang memiliki hubungan dengan citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang dapat berupa jurnal penelitian, karya ilmiah, artikel, teori-teori dari beberapa penelitian, internet, dan lain sebagainya.

### **3.6.Metode Pengumpulan Data**

Pada metode pengumpulan data akan melakukan penyebaran kuesioner yang berisikan beberapa pertanyaan terkait objek penelitian. Kuesioner disebarluaskan kepada masyarakat Kecamatan Kateman, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. Pemberian skor dilakukan dengan menggunakan teknik skala *likert*, di mana setiap jawaban dari

responden akan diberi skor. Berikut merupakan tabel skor skala *likert* yang ditunjukkan pada Tabel 3.1.

**Tabel 3. 1. Skor Skala Likert**

No	Kategori	Singkatan	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	ST	4
3	Ragu	RG	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

**Sumber:**(Heryenzus & Sitorus, 2019)

### 3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut penjelasannya :

#### 3.7.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

**Tabel 3. 2. Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk**

Variabel	Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	1. Nama Merek	Likert
	2. Manfaat Merek	
	3. Kesan yang dihasilkan	
	1. Kredibilitas	

Variabel	Indikator	Skala
Kepercayaan Merek (X2)	2. Persaingan merek 3. Kebaikan merek 4. Reputasi merek	Likert
Kualitas Produk (X3)	1. Manfaat 2. Ekonomis 3. Harum 4. Mudah dibersihkan	Likert

### 3.7.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

**Tabel 3. 3. Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	1. Faktor Pribadi 2. Rekomendasi 3. Jenis kebutuhan 4. Perubahan Merek	Likert

## 3.8. Metode Analisis Data

### 3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan regresi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

### Rumus 3. 2. Regresi Linear Berganda

$$Y = b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian  
 b : Koefisien  
 X1 : Citra Merek  
 X2 : Kepercayaan Merek  
 X3 : Kualitas Produk  
 e : Error

#### 3.8.2. Uji Reabilitas dan Validitas

##### 3.8.2.1. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur keakuratan kuesioner. Instrumen yang dapat digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama serta menghasilkan data yang sama disebut sebagai instrumen yang reliabel. Instrumen yang reliabel dapat dikatakan jika nilai koefisien Alpha lebih besar atau sama dengan 0,6 (Lestari *et al.*, 2019). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Jika hasil koefisien Alpha  $> 0,6$  maka kuesioner reliabel
2. Jika hasil koefisien Alpha  $< 0,6$  maka kuesioner tidak reliabel

##### 3.8.2.2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang bertujuan validitas dari suatu data yang terkumpul dalam kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika instrumen mengutarakan data yang diteliti. Untuk mengetahui validitas suatu unsur, yang dilakukan adalah mengkorelasikan skor unsur dengan jumlah keseluruhan unsur. Jika koefisien antara

elemen dan total korelasi elemen lebih besar dari 0,5, elemen tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,5, elemen tersebut dinyatakan tidak valid (Wadi *et al.*, 2021).

### **3.8.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dengan distribusi normal akan menghasilkan hasil uji statistik yang baik, sedangkan data yang tidak berdistribusi normal maka hasil uji menjadi tidak baik (mengalami penurunan). Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika histogram plot menunjukkan pola distribusi normal atau jika garis memanjang di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, atau jika data menyimpang dari diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, maka dapat dikatakan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.8.3.2. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa apakah ada korelasi antara variabel-variabel model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya korelasi antar variabel bebas. Dasar proses pengambilan keputusan yang digunakan untuk menentukan multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai variance inflation factor (VIF) 10 dan nilai tolerance adalah 0,1 maka terjadi masalah collinearity
2. Jika nilai variance inflation faktor (VIF)) 10 dan nilai toleransi 0,1, maka tidak ada masalah multikolinearitas.

### **3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk memverifikasi adanya ketidaksamaan variansi dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan menggunakan metode informal atau metode scatter plot. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat plot ZPRED (nilai prediksi variabel dependen) dengan residual SRESID. Pengujian menggunakan SPSS menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi jika titik-titik secara acak memanjang di atas angka 0 pada sumbu Y. Dasar keputusan yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik, yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik memanjang di atas dan di bawah angka 0 pada sumbunya, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## **3.9. Uji Hipotesis**

### **3.9.1. Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji – T)**

Merujuk pada informasi dari penelitian Lestari *et al.*, (2019), uji-T atau yang dikenal sebagai uji parsial digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari suatu

variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui variabel independen yaitu citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk masing-masing berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika besar probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima.
2. Jika besar probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak.

### **3.9.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)**

Merujuk pada informasi dari penelitian Lestari *et al.*, (2019), uji F atau yang dikenal sebagai uji simultan merupakan uji yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui variabel independen yaitu citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian dengan partisipasi signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Jika besar probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima
2. Jika besar probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak.

### **3.9.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Lestari *et al.*, (2019), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur dan menentukan seberapa jauh variasi yang muncul pada variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai dari koefisien determinasi adalah antara 0.1 hingga 1. Jika  $R^2$  mendekati 1 maka variasi hubungan antar variabel

independen dengan dependen semakin kuat, sedangkan jika  $R^2$  mendekati 0 maka variasi hubungan antar kedua variabel semakin lemah.